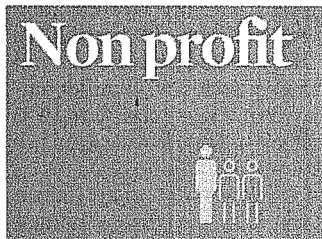


Terzo settore. Dopo il protocollo d'intesa tra le imprese di Federsolidarietà e quelle di Altagamma

Un «made in Italy» sociale

Nuove partnership e accordi con i brand della moda e del lusso



Elio Silva

Le cooperative calabresi di Goèl, che realizzano capi sartoriali per Versace e hanno lanciato una griffe etica, Cangiarì, già in bella vista nell'impegnativo comparto della moda. Il consorzio Arca, che gestisce il nido aziendale di Illy Caffè, oltre a una serie di attività educative e assistenziali nell'area di Trieste. Accanto a loro sono ormai molte, in giro per l'Italia, le imprese sociali che, senza rinunciare alla propria missione di inserimento lavorativo di sogget-

ti svantaggiati oppure all'impegno nei campi educativo, sanitario e assistenziale, sono tuttavia riuscite a trovare una valida sponda in aziende di punta del made in Italy, realizzando partnership di successo.

Ora queste alleanze hanno anche una piattaforma su cui diventerà più facile progettare e costruire il futuro: nei giorni scorsi, infatti, è stato siglato un protocollo d'intesa tra Federsolidarietà, l'organizzazione delle imprese sociali aderente a Confcooperative, e la fondazione Altagamma, creata nel 1992 da Santo Versace per riunire le aziende dell'eccellenza italiana, con marchi affermati in tutto il mondo.

L'accordo si propone di migliorare le relazioni tra profit e non profit e, in particolare, di coniugare l'eccellenza della qualità e di prodotto con il valore aggiunto sociale conferito dalla coope-

razione. «Oltre a favorire la collaborazione tra i due mondi - spiega Giuseppe Guerini, presidente di Federsolidarietà - intendiamo istituire un servizio di tutoring per elaborare progetti di filiera, così da incrementare la visibilità e commerciabilità dei prodotti delle cooperative sociali».

Non solo. «Ci interessa anche promuovere - aggiunge Guerini - iniziative di welfare aziendale per il benessere dei lavoratori e delle comunità territoriali. Crediamo, infine, che esistano grandi opportunità di collaborazione nell'ambito dei mestieri manuali».

Un punto di vista pienamente condiviso da Santo Versace, presidente e fondatore di Altagamma, per il quale «il successo del made in Italy nasce proprio dall'artigianalità e dal saper lavorare bene con le mani. Tutti i nostri brand di fama globale han-

no alla base questa capacità di fare e questa cultura della qualità». «Il mondo della cooperazione sociale - aggiunge Francesco Pesci, amministratore delegato di Brioni - è già iscritto a pieno titolo alla sfida dell'internazionalizzazione, perchè fa parte anch'esso del "made in Italy", che è il terzo marchio più conosciuto al mondo, e perchè lavora intorno al concetto di centralità del fattore umano, che è il punto in grado di fare la differenza».

«Non ci sono solo persone svantaggiate da inserire nei processi di lavorazione - afferma da parte sua il direttore di Federsolidarietà, Vincenzo De Bernardo - ma anche territori e mestieri da recuperare: per questo la collaborazione fra eccellenze di prodotto ed esperienze di solidarietà può portare risultati importanti e concreti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



13.938

Le cooperative sociali

Questo il numero (fonte: Euricse) delle coop sociali operanti in Italia. Poco meno di 5mila sono insediate nel Nord, quasi 4mila al Sud e le restanti 5mila nel Centro e nelle isole. Quanto all'occupazione, sono oltre 320mila i dipendenti a tempo indeterminato.

80

I brand di Altagamma

È il numero delle imprese associate alla fondazione Altagamma, che riunisce marchi aziendali di eccellenza, noti a livello internazionale.

